様　式　C－１９、F－１９－１、Z－１９　（共通）

科研費
KAKENHI

科学研究費助成事業　　研究成果報告書

平成 ３０ 年　 ６ 月 １８ 日現在

機関番号：３４３１０
研究種目：若手研究(B)
研究期間：2015～2017
課題番号：１５K１６６７５

研究課題名（和文）「アイドル」文化を活用した地域振興に関する基礎的な研究

研究課題名（英文）The Basic Study about Japanese Idol Culture for Regional Revitalization

研究代表者
田島　悠来（TAJIMA, Yuki）

同志社大学・研究開発推進機構・特別研究員

研究者番号：１０７３７５５５

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費）　　2,700,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では、日本全国の特定の地域（場所）に根ざした活動を行う「ご当地アイドル」について、フィールド調査を実施し、持続的かつ実効性の高い地域振興のあり方を探った。具体的には、いくつかの資料によって選出した「ご当地アイドル」のうち、継続的な活動を実施しているグループを対象にして、インタビュー調査および関連性のあるイベントでの参与観察を通じて、活動拠点となる地域側にいかなる効果があると言えるのかを考察した。
以上の結果、「ご当地アイドル」のパフォーマンスは、若い世代が主体となった地域振興の可能性を提示していること、持続性のために地域外部の資本や技術を補完的に導入する必要があることが明らかとなった。

研究成果の概要（英文）：This study considers the function of regional idol activities, at the same time, by understanding the characteristics of regional idols using specific case studies as examples, discusses the potential of Japanese idol culture for contributing to contents tourism and regional revitalization. Therefore taking regional idols as a case study, this study investigates the usefulness of regional development based on idol culture by examining the results of questionnaire surveys of regional idol members and related persons conducted by the author.
In summary, the performance of regional idols implies the potential for the empowerment of young generations. At the same time, for much more sustainable development, they need a key person who is not local, the capital and technology from the area outside.

研究分野：文化社会学

キーワード：アイドル　ご当地アイドル　ポピュラーカルチャー　地域振興　コンテンツツーリズム

１．研究開始当初の背景

「アイドル」文化は、1970年代以降、日本のメディアにおいて形成されてきた歴史を持つが、特に2010年代以降は、地域に根ざした活動を行う「ご当地アイドル」が日本全国のあらゆる場所に見受けられるようになっている。AKB48グループ（以下AKB）の人気や、2013年に放送されたテレビドラマ『あまちゃん』（NHK）といったメディアコンテンツによって「ご当地アイドル」の姿が表象されたことで、「ご当地アイドル」の存在がマス（大衆）レベルで可視化され、また、インターネットをはじめとしたソーシャルメディアの普及に伴って、マス・メディアを介することなく多くの人びとに情報を発信したり、コンテンツを創造したりすることが可能になったことにより、東京に行き大手芸能プロダクションに所属することが「アイドル」になるための絶対条件ではなくなった。つまり、「アイドル」に参入する障壁が下がったことで、2010年代にはいわば「ご当地アイドルブーム」が巻き起こっていると言える。

他方、「アイドル」は、日本の‘ソフトパワー’の一角を担い、文化政策の一環として、外交にも利用される等、国家レベルで注目を集めるポピュラーカルチャーとなっており、経済産業省地域経済産業政策グループ（2013）によって実施された「地方に経済効果を還元している地域おこしの事例研究調査事業」においても、「ご当地アイドル」はその調査対象とされており、アニメやマンガと並んで「地域を元気にする取組み」に欠かせないコンテンツに「アイドル」が位置づけられるようになっている。

しかし、「アイドル」に関する既往研究に目を転じると、国内での学術的な研究自体が少なく、また地域振興を促す重要なコンテンツの一つと見なされているにもかかわらず、アニメ等に比して、「ご当地アイドル」と地域との関係性についての研究は乏しいのが現状であった。

２．研究の目的

以上を踏まえて、本研究は、日本特有の「アイドル」文化が、現代の地域の活性化にどのように機能していると言えるのかについての基盤となる知見を提供していくことを目的とする。「ご当地アイドル」が置かれた状況が目まぐるしく変化し、2011年に発生した東日本大震災という未曾有の事態を経験して地域コミュニティのあり方の重要性が再認識されているという現代的なコンテクストに従って、「ご当地アイドル」と地域との関わり方、その意味合いについて考察することで、ポピュラーカルチャーによる地域振興に関する学問的な裾野を広げることを念頭に置く。さらには、「ご当地アイドル」を活用した効果的で実効性と持続性のある施策の展開を促進することで、地域振興に資することを目指す。

３．研究の方法

方法としては、大きく次の三つの段階に分けて実施していった。第一に、全国各地に散在する「ご当地アイドル」について全体像を捉えていくために見取り図の作成を行う。具体的には、研究開始段階（平成27年度）で活動を行っている「ご当地アイドル」について、『ローカルアイドルパーフェクトガイド』（イカロス出版、2013年）、『全国あいどるmap 2013-2014』（エンターブレイン、2013年）、『まっぷるご当地アイドル』（昭文社、2015年）の三冊の紙媒体の資料に掲載されている者、加えて、NHKオンデマンドが主催する「恋する地元キャンペーン」においてサポーターをつとめている者、という条件のうちいずれか一つを満たし、かつ、個別の公式HPが存在し、かつ、調査開始時点で継続的な活動が確認できた者を抽出することにした。これは、数限りなく存在する「ご当地アイドル」のなかでも、マス媒体で情報が発信、共有されており、社会的影響力がある程度見込める者たちに絞ってみていきたいとの意図に基づいての判断である。

第二に、その上で、代表性があると言える「ご当地アイドル」を選出し、活動拠点での定期的なフィールドワーク（参与観察、聞き取り調査）を実施し、事例ごとの受容状況を把握する。具体的には、「ご当地アイドル」の関係者およびメンバー（可能である場合のみ）に聞き取り調査（半構造化インタビュー）を実施することに加え、「ご当地アイドル」関連イベントにおいて参与観察を行う。

第三に、個々のケースがどの程度当該地域の振興に結びついていると言えるのかについて検証を行うとともに、それぞれを比較することで、より大きな経済的、地域住民の心理的な効果を増幅させていく仕組みを構築するためのメカニズムやノウハウの解明を念頭に置く。

４．研究成果

以上の結果、次の成果が導き出された。

まず、見取り図については、調査開始当初、126組（908人）の「ご当地アイドル」を抽出することができた。このうち、活動単位としては、単独（ソロ）がわずか5人なのに対し、複数（グループ）が121組と圧倒的となっている。構成員（メンバー）の性別としては、男性4人に対して、女性904人と偏りがみられる。また、結成年に着目すると、2009年以前16組、2010年12組、2011年34組、2012年34組、2013年19組、2014年以降11組となっており、2011年～2012年にかけて新たに結成される「ご当地アイドル」が増えていっていることがわかる。以上から、「ご当地アイドル」のほとんどは2010年以降に結成された女性グループということになる。

そこで、調査の端緒として、2010年以降に結成したグループのうち、「ご当地アイドル」

の数が多い地域、なかでも知名度が高いもの、地域振興と関連性が高いと判断した「ご当地アイドル」を調査対象とするところからはじめた。

「ご当地アイドル」のメンバーに対する聞き取り調査に基づいて、「ご当地アイドル」としての活動（パフォーマンス）がどのような意味を持っていると言えるのかを、シェクナーのパフォーマンス研究の視座（1998;2006）から考察した。その結果、大きく分けて三つの効果があることが導き出せた。第一に、拠点となる地域、多くの場合はメンバーにとっての地元への愛着が増強したこと。第二に、地域について世代を超えた地域住民同士で共に考え、地域が抱える課題や問題点を解決していこうという地域参加が促されたこと。第三に、自己の主体の形成に関わる課題や問題点をメンバー間やメンバーと運営者との間のコミュニケーションにより克服していくこと。さらに、これらをシェクナーのパフォーマンス機能の類型を参照に捉え直すと、「ご当地アイドル」のパフォーマンスは、歌ったり踊ったりというステージ上を作り上げて観客を魅了するという観点からは娯楽として、メンバーが地域（＝地元）のなかで自らの主体を確立するという観点からはアイデンティティの確認や変更として、メンバーの地域参加が促進されるという観点からは共同体の構築や維持として、メンバー間やメンバーと運営者間のコミュニケーションにおいて教育的側面が多分に含まれているという観点からは教育や説得として、という四つの機能が相互に結びついており、若い世代が主体となる地域振興の可能性を提示していることがわかった。

ただし、調査を進めていく上で「ご当地アイドル」は運営母体によって、(1) 公的機関、(2) 芸能プロダクション、(3) 個人の三つに分けることができたが、特に (1) および (3) については、活動を継続していくこと自体が大きな課題となっていることも同時にみえてきた。その要因としては、活動していく上での資金源に乏しく、運営のノウハウも十分には持ち合わせていないことなどが挙げられ、なかには、国や自治体の予算措置がなくなることを受けて活動休止や解散を余儀なくされてしまうケースも間々ある。調査対象とした「ご当地アイドル」についても、研究進行中にこれらの理由により存続が困難になってしまったグループやメンバーが脱退・卒業してしまったグループが多く存在した。

そこで、比較的長く同じメンバーでグループを存続させている「ご当地アイドル」を対象に調査を深化させていくことで、以上のように浮かび上がってきた課題をどのように克服させていくべきかに焦点を絞ることにした。このうち新潟県に拠点を置く Negicco は、2003 年の結成以来 15 年にも渡って同じメンバー（途中 1 名は脱退）で活動を続けているという点で持続性の要因を探究する上で示唆に富むと考えられる。そこで、Negicco について実施した複数回のフィールド調査をもとに内発的発展論の枠組みを援用しながら「ご当地アイドル」と地域振興について再考していった。

その結果、Negicco は、新潟を拠点（メンバー及び運営者は新潟に在住し、新潟ナンバーの車で仕事の際には東京に通う）としていながらも、東京で「ご当地アイドル日本一」の称号を手に「新潟発渋谷系」を標榜し、東京で活躍する渋谷系のクリエイターを楽曲制作に加え、東京なかでも若者にとって‘おしゃれ’なイメージを有すると考えられる代官山で「アイドルらしくない」ライブを開催したり、若者に人気のファッションブランドとコラボレーションしたグッズを販売したりすることで地元住民の支持を集めるようになったことがわかった。つまり、「アイドル」文化がその黎明期から特徴の一つとしてきた地域との土着性は保ちつつも、東京が持つイメージを戦略的に活用することで、土着的なオーセンティシティ（真正性）を高めようとするという新しいコンテクストを生み出している。これは、「地方/東京」という単純な二項対立図式を超えた「ご当地」と「東京」との関係の可能性を示唆する。

そして、その際に重要となるのが、「外部の視点」であり、内発的発展論の文脈に従えば、「キー・パースン」（鶴見, 1989）の存在である。Negicco の運営者である K 氏や、多くの楽曲制作に携わってきた C 氏は、そもそも新潟出身ではなかったり、一度新潟を離れた経験を持っていたりと、定住者ではなく漂流者や一時漂流者として位置づけられる。それゆえ、少し距離を置いたところから新潟をみることで新潟の「ご当地」としての「泥臭さ」とは何かを省察的に感じ取り、Negicco に東京で評価されるにたるリアリティや説得力（「アイドルらしさ」）を付与していったと考えられる。地域住民が主体となった内発的発展を持続させていくにあたっては、これらの相互作用が不可欠であると言える。そして、先進地域、「アイドル」について言えば、東京の資本や技術を補完的に導入する必要もある。

以上の得られた知見は、既往研究では明らかにされてこなかった国内の「アイドル」研究、延いては、ポピュラーカルチャー研究の空白地帯を埋める成果である。また、研究成果について国際学会で発表したり、海外の研究者と意見交換を行う場を設けたりなど積極的に公表、議論していくことを実践したことにより、国内のみならず国外の学術分野にも日本の最新の研究動向や状況を伝え、知見共有を行い、一般市民まで含め日本に対する関心を高めるというインパクトを持ち得たと考える。

今後は、さらに継続的にフィールド調査を実施していくとともに、地域側だけではなく、

「ご当地アイドル」のファンのあり方についても視野に入れていくことで、発展的な成果につながるのではないかと考えている。

＜引用文献＞
①鶴見和子、東京大学出版会、内発的発展論の系譜、鶴見和子・川田侃編、内発的発展論、1989、43-64
②Schechner, R, Routledge,Performance Studies: An Introduction（高橋雄一郎訳、人文書院、パフォーマンス研究―演劇と文化人類学の出会うところ、1998）
③Schechner,R., Routledge,Performance Studies: An Introduction, 2nd ed., 2006

５．主な発表論文等
（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計 4 件）
①田島悠来、「アイドル」文化を活用した地域振興に関する一考察―「ご当地アイドル」のパフォーマンスを事例に、評論・社会科学、査読無、119 号、2016、19-40
DOI: info:doi/10.14988/pa.2017.0000015478
0

②田島悠来、日本の「アイドル誌」におけるジェンダー非対称性―読者ページの変遷の分析から―、日本ジェンダー研究、査読有、19 号、2016、105-119

③田島悠来、『明星』60 余年の歩み―雑誌メディアの細分化、出版研究、査読有、46 号、2016、41-61

④田島悠来、NHK 朝の連続テレビ小説『あまちゃん』の久慈市における受容、評論・社会科学、査読無、116 号、2016、15-40
DOI:info:doi/10.14988/pa.2017.000001460

〔学会発表〕（計 10 件）
①田島悠来、「アイドル」をめぐる空間の多様化、メディア・コンテンツ・ツーリズム研究会 2017 年度第 2 回、2018

②田島悠来、出版メディアと「アイドル」―1980 年代以降の動向を中心に、日本出版学会 2017 年度第 3 回関西部会、2017

③田島悠来、メディア・コンテンツ研究のこれまでとこれから、メディア・コンテンツ・ツーリズム研究会 2017 年度第 1 回、2017

④田島悠来、内発的発展論の視座からみる「ご当地アイドル」、観光学術学会第 6 回大会、2017

⑤田島悠来、「アイドル」文化の地域振興への活用可能性、創造産業の持続的発展に関する研究会、2017

⑥Tajima Yuki，The possibility of Japanese Idol Culture for Regional Promotion: A Case Study of *Amachan*，3rd ISA Forum，2016

⑦田島悠来、「ご当地アイドル」と観光：パフォーマンス研究の視座から、カルチュラル・スタディーズ学会、2016

⑧田島悠来、観光コミュニケーションとしての「ご当地アイドル」の様相、メディア・コンテンツ・ツーリズム研究会、2016

⑨田島悠来、フィルムツーリズムにおける地域住民に関する一考察-連続テレビ小説『あまちゃん』を事例に、観光学術学会第 4 回大会、2015

⑩田島悠来、「ご当地アイドル」による地域振興、カルチュラル・スタディーズ学会、2015

〔図書〕（計 3 件）
①田島悠来　他（岡井崇之編）、晃洋書房、アーバンカルチャーズ、2018（印刷中）

②Tajima Yuki et al.(Beniwal Anju, Jain Rashmi, Spracklen Karl (Eds.))，Palgrave macmillan ，Global Leisure and the Struggle for a Better World，2018，313（117-139）

③田島悠来、森話社、「アイドル」のメディア史―『明星』とヤングの 70 年代、2017、382

〔その他〕
ホームページ等
①『読売新聞』メディア報道
http://www.yomiuri.co.jp/local/kyoto/feature/CO021791/20180206-OYTAT50008.html

②『サイゾーウーマン』メディア報道
http://www.cyzowoman.com/2017/10/post_154842_1.html

６．研究組織
(1)研究代表者
田島　悠来（TAJIMA，Yuki）
同志社大学・研究開発推進機構・研究員
研究者番号：10737555